

Cuadernos Gestión Turística del Patrimonio

Handbook of tourism management heritage

Journal homepage: <https://cuadernosgestionturisticadelpatrimonio.es>

ISSN: 2952-2390

Pinceles que hablan con voz bilingüe: propuesta didáctica de traducción inversa de obras del Museo Julio Romero de Torres

Carmen Ranchal Navarro ¹

PALABRAS CLAVE

Museo

Julio Romero de Torres

Traducción inversa

Propuesta didáctica

RESUMEN

La traducción de textos museísticos es un campo poco investigado hasta la presente. Por tal razón, y coincidiendo además con el 150 aniversario del nacimiento del pintor cordobés Julio Romero de Torres, se elabora este artículo cuyo objetivo no es otro que dar a conocer una propuesta de traducción inversa (español-inglés) sobre una de sus obras más famosas, titulada "Cante Hondo" y custodiada en el museo que lleva su nombre, para que pueda ser puesta en práctica en el aula de traducción. A lo largo de este trabajo, abordaremos la importancia de la traducción museística, perteneciente al ámbito turístico. Además, analizaremos el papel clave que desempeña la traducción inversa en este campo y mostraremos nuestra propuesta de traducción diseñada para su implantación en la asignatura de Traducción de Textos Publicitarios, Turísticos y Comerciales, impartida en el cuarto curso del grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba.

¹ Universidad de Córdoba , España l62ranac@uco.es <https://orcid.org/0009-0000-0147-2649>



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

1. Introducción.

La movilidad de personas es, desde el último siglo, una tendencia en auge, principalmente debido a la evolución de los transportes y las comunicaciones. Si bien estos viajes interterritoriales no solo se producen por motivos vacacionales, sino también porque las personas viajan a otros destinos motivados por la búsqueda de servicios según diversas razones, no puede negarse que las motivaciones turísticas siguen estando a la cabeza.

Estos movimientos turísticos están relacionados directamente con el capital cultural y el nivel de experiencias. Así, se producen interrelaciones entre flujos turísticos y flujos migratorios que se estimulan de forma recíproca, en tanto que algunos destinos no solo atraen turistas sino también migraciones de personas que buscan mejores oportunidades laborales.

Si el concepto de movilidad marca la vida cotidiana como uno de los valores centrales de la sociedad contemporánea, obviamente está implícito en el turismo, ya que a este se lo entiende en una relación dialógica entre cotidiano/no cotidiano o trabajo/turismo. (Campodónico, 2015, p. 9).

Tal situación explica que cada vez sea más frecuente el conocimiento y la especialización de lenguas extranjeras por parte de los profesionales del sector turístico, con ánimo de facilitar su comunicación con clientes de diferentes nacionalidades. Por este motivo, el presente trabajo centra su objeto de estudio en dar a conocer una propuesta didáctica de traducción inversa en el ámbito turístico-cultural para llevarla a cabo en el aula de traducción.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), fundada en 1975, define el turismo como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”, al tiempo que aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental. Se trata, por tanto, de una de las principales fuentes de riqueza de nuestro país. (Estadísticas del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2019).

A partir de esta definición, el turismo puede ser considerado como una actividad intercultural e interlingüística que “une personas, culturas, lenguas y lugares diversos mediante la provisión de servicios turísticos en situaciones comunicativas multilingües en las que se produce una transferencia constante de realidades lingüísticas y culturales”. (Durán, 2012, p. 103). Esta carga cultural, junto con la propiamente lingüística, que incluye el turismo hace, por un lado, que el texto turístico adquiera un carácter propio y, por otro, que la traducción turística pase a ser una herramienta de mediación lingüística y cultural que ayude a resolver y/o evitar posibles malentendidos o problemas comunicativos entre las culturas locales y las extranjeras, debido entre otros factores a la falta de información sobre las costumbres y conductas culturales. Con lo cual, la traducción de textos turísticos permite la comunicación eficaz y satisfactoria, interlingüística e intercultural entre ambas culturas, además de facilitar el respeto y la comprensión de todos aquellos aspectos diferentes y desconocidos que forjan las señas de identidad de las sociedades y las lenguas.

Teniendo en cuenta este papel de mediación lingüística y cultural que desempeña el traductor de textos turísticos, y los textos turísticos en sí mismos, así como el protagonismo que ha adquirido la internacionalización y la promoción exterior en este sector en España, sumado a la afluencia de turistas internacionales en nuestro país, se presupone que la traducción especializada de textos turísticos recibe gran atención por parte de las organizaciones y administraciones públicas o privadas, empresas de turismo, agencias, etc. (Durán, 2012, p. 104).

2. Objetivos y metodología

Este artículo tiene como objetivo principal mostrar una propuesta didáctica de traducción inversa (español-inglés) en el ámbito turístico-cultural. Como objetivos secundarios vinculados a tal propuesta, hemos de destacar la reflexión sobre el papel de la traducción, y más especialmente, de la traducción inversa en el contexto turístico-cultural, y la importancia de los culturemas y matices culturales en el proceso traslativo de la traducción museística. Para ello, se parte de una metodología basada en el análisis sobre la traducción de textos turísticos en general, y de la traducción inversa en particular, a partir de manuales, artículos académicos y trabajos de autores como Ginés (2020), Alas (2020), y Rodríguez (2024), por mencionar algunos; y se continúa con el desarrollo de la propuesta didáctica en cuestión.

La mencionada propuesta de traducción está pensada para llevarse a la práctica en la asignatura de 4º curso del Grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba, llamada Traducción de Textos Publicitarios, Turísticos y Comerciales. Se trata de una asignatura optativa del segundo cuatrimestre y de seis créditos, que pretende desarrollar el uso y el dominio de la lengua extranjera y materna, la capacidad para el análisis de información documental y textual y ser capaz de interrelacionar los distintos aspectos de la traducción e interpretación y de relacionar el conocimiento traductológico con otras áreas y disciplinas.

3. La traducción inversa en el ámbito turístico-cultural

La globalización del turismo ha derivado en la necesidad de aprender nuevas lenguas, especialmente en el ámbito profesional. Las empresas buscan la eficacia y la profesionalidad de sus trabajadores, por lo que uno de los requisitos principales para poder acceder a un puesto de trabajo relacionado con el turismo es el conocimiento de lenguas.

Resulta evidente que el turismo es un sector que está en continuo crecimiento y, desde sus inicios con el Grand Tour hasta nuestros días, ha experimentado grandes cambios, convirtiéndose para algunos países en el principal motor económico. En este cambio evolutivo se ha podido apreciar a lo largo de los años el surgimiento de nuevas

tipologías turísticas, tales como el turismo cultural, religioso, gastronómico o de museos, etc., entre un amplio etcétera.

Si atendemos a las estadísticas del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, cada año son más turistas los que nos eligen como destino para sus vacaciones, lo que convierte nuestra lengua en una de las más demandadas en este ámbito. Aquí radica la importancia de la traducción inversa en el ámbito turístico-cultural.

La vinculación entre cultura y turismo ha derivado en un nuevo concepto: el turismo cultural, en el que “el conocimiento de monumentos y sitios históricos, se conjuga con la inmersión en la historia natural y cultural, y con el conocimiento de las artes, de la filosofía y del modo de vida de los distintos pueblos”. (Ministerio de Cultura, 2011, p. 2).

El turismo cultural constituye una pieza clave para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de cada región del planeta, donde se interrelacionan tres elementos difíciles de separar: patrimonio, turismo y cultura. Teniendo esto en cuenta, se hace necesaria la búsqueda de estrategias que impulsen el desarrollo del turismo cultural, no solo como motor económico, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural “desde una perspectiva que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de un mayor conocimiento entre turistas, y de intercambios interculturales fructíferos que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos”. (Ministerio de Cultura, 2011, p. 3). De esta manera, acercar nuestra cultura, nuestro patrimonio y nuestra historia a otras lenguas pasa por tomar conciencia y tomar en serio la responsabilidad que todos tenemos a nuestro alcance, con lo que la traducción ha de ponerse al servicio de los turistas y empezar desde las aulas a fomentar esta riqueza cultural y patrimonial que tenemos.

De acuerdo con Abreus (2019), los aprendientes de una lengua extranjera tratan de fijar similitudes entre los elementos lingüísticos del idioma que aprenden y aquellos presentes en su lengua materna. Esta es la razón por la que “los procesos de traducción hayan cobrado tanto auge si de aprendizaje de una lengua no nativa se trata”. (2019, p. 215).

La traducción, entendida como un proceso escrito que conlleva la transmisión de un mensaje ya existente en una lengua, a otra, requiere de una terminología propia, en tanto que debe tener en cuenta aspectos como el género, el contexto, las reglas gramaticales, los recursos estilísticos y las implicaturas culturales de cada una de las lenguas. El objetivo no es otro que conseguir una equivalencia de sentido y significado entre el texto origen y el texto meta. De este modo, resulta esencial que el traductor posea un dominio lingüístico y cultural de las lenguas con las que trabaja, haciendo posible un intercambio de información correcto y adecuado a la situación comunicativa.

La traducción de textos turístico-culturales reviste cierta singularidad, pues el lenguaje turístico se define por la especialización de su léxico. En este lenguaje se incluyen componentes temáticos referentes a la organización y estructuras turísticas (agencias de viajes, de transporte, hostelería) con marcados tecnicismos relacionados con la tipología de los destinos turísticos (de sol y playa, rural, gastronómico, museístico) y con numerosos aspectos culturales (geografía, historia) característicos de cada área lingüístico-geográfica. En un estudio sobre la lengua del turismo, Balboni (1989) define este tipo de lenguaje como un conjunto de micro lenguas interrelacionadas (micro lengua

de la hostelería, de los transporte, de la historia del arte, etc.), que pueden tener mayor o menor relevancia en los distintos ambientes profesionales (hoteles y restaurantes, agencia de viajes, etc.).

Con este planteamiento podemos afirmar que la especificidad del léxico constituye un aspecto muy importante a la hora de traducir textos turísticos. Aunque es cierto que en este sector del turismo existe mucha influencia del inglés (siglas, acrónimos), encontramos textos que presentan gran variación diatópica, como por ejemplo, las guías gastronómicas. Además, como traductores, debemos prestar atención a los términos que varían su uso en función del contexto. Por ejemplo, el léxico perteneciente al arte o a las descripciones de la naturaleza es muy frecuente en el sector turístico, aunque no es propiamente de este sector. Por tanto, nos encontramos con campos interrelacionados, junto con la variedad de aspectos culturales propios de los distintos destinos turísticos y de los contenidos. Al contrario de lo que ocurre con otras tipologías textuales, el texto turístico combina múltiples actividades y disciplinas, y dado que se trata de un sector muy amplio, los géneros también son muy diversos. Calvi (2010) establece la siguiente clasificación:

1. Familia de géneros: se definen por la comunidad profesional de origen.

Géneros editoriales (guías de viajes, revistas de viajes y turismo).

Géneros institucionales (folletos, anuncios de destinos turísticos, páginas web institucionales).

Géneros comerciales (anuncios comerciales, catálogos de viajes, folletos de hoteles, páginas web de agencias).

Géneros organizativos (billetes, reservas, cartas, facturas, contratos, informes).

Géneros legales (normativos, reglamentos).

Géneros científicos y académicos (artículos y libros de sociología, antropología del turismo).

Géneros informales (foros y blogs de viajeros).

2. Macrogéneros: define productos tangibles, identificables por el emisor y el canal utilizado.

Guía de turismo.

Folleto.

Revista de viajes y turismo.

Catálogo de viajes.

Páginas web.

3. Géneros: se empiezan a discernir los rasgos lingüísticos distintivos.
Guía descriptiva.

Itinerario. Guía práctica.

Programa de viaje.

Reportaje.

Anuncio.

Informe de turismo.

Billetes, reservas, contratos, cartas, hojas informativas.

Normativas de turismo.

Foros de viajeros y blogs de viaje.

Dentro de la terminología del lenguaje turístico, ocupan un lugar destacado los denominados *culturemas*, términos culturales propiamente dichos que no tienen equivalente en otras lenguas. Este componente cultural es imprescindible, puesto que, el contacto con el turista viene determinado por un conjunto de formalismos que han de conocerse para no crear malentendidos ni estereotipos sin fundamento (Cordeiro, Méndez y Gil, 2019). De este modo, eliminar las barreras de incomprensión supone evitar malentendidos según las costumbres y tradiciones de las distintas culturas, superando así prejuicios y entendiendo las peculiaridades de la cultura extranjera.

Centrándonos en la propuesta traducción que nos ocupa, hemos decidido trabajar con la traducción inversa, aquella que se realiza de la lengua materna hacia otra lengua extranjera, precisamente por la elevada carga de *culturemas* que presentan los textos. El objetivo principal de esta práctica de traducción inversa incide en lograr que los alumnos adquieran las habilidades traductológicas necesarias para que el texto meta cumpla con los criterios de calidad y los requisitos comunicativos lingüísticos y culturales que a día de hoy demanda el mercado laboral. Así pues, el texto seleccionado para su traducción se corresponde con un texto real perteneciente al ámbito turístico-cultural, y más específicamente relacionado con la índole museística, en tanto que se trata de una de las cartelas de una obra expuesta en el Museo Julio Romero de Torres de Córdoba.

3.1. El turismo de museos y la traducción museística: el caso del Museo Julio Romero de Torres

El turismo de museos se está configurando como uno de los componentes más importantes del turismo cultural. Este creciente interés es paralelo al proceso de transformación de los museos actuales, que se están convirtiendo en un gran foco de atracción y un reclamo turístico cada vez mayor. En la actualidad, los museos no solo se

conciben como lugares donde se almacenan obras de arte, sino que también se consideran espacios que transmiten contenido y mensajes al público.

De templos de arte, de contemplación reverencial, los museos se están convirtiendo en espacios de comunicación e interactividad. El desarrollo de la capacidad comunicativa del museo ha llevado a prestar mayor atención a las expectativas y necesidades de los visitantes en general, y de los visitantes que hablan otras lenguas en particular. (Alas, 2020, p. 19).

Para cubrir estas necesidades comunicativas, los museos se sirven de diferentes textos que proporcionan información a quienes los visitan: cartelas, folletos, guías, catálogos, etc. (Rodríguez, 2024).

Estos textos de carácter museístico presentan una serie de restricciones o limitaciones, dependientes entre otras cuestiones de la estética espacial, es decir, “de la manera de situar el texto en relación con las imágenes o los objetos sobresalientes en un conjunto dado”. (Alas, 2020, p. 126).

Siguiendo a Alas (2020, p. 127) y su clasificación de los textos museísticos, podemos diferenciar estos según su soporte. Encontramos así textos en soporte tradicional y textos en soporte multimedia. “Dentro del primer grupo se pueden incluir los catálogos, libros, boletines o revistas en papel, guías y manuales, folletos, carteles, cartelas, paneles informativos, informes técnicos; es decir, todo lo que esté escrito sobre soporte de papel, cartón o mural”, mientras que dentro del segundo grupo incluimos “las páginas web, audioguías, aplicaciones, audiodescriptores, publicaciones digitales, vídeos, podcast, programas de radio y televisión, y las redes sociales”.

A pesar de la diversidad de géneros textuales presentes en los museos, quizás el más destacado sea la cartela, por eso, en el caso de la propuesta didáctica de traducción que nos ocupa, hemos decidido trabajar con una de las cartelas expuestas en el Museo Julio Romero de Torres, ya que, cada obra de este museo va acompañada de estos pequeños paneles informativos cuya función no es otra que proporcionar al visitante una explicación clara y concisa de lo que está contemplando.

En este sentido, la traducción tiene un papel destacado, en tanto que se trata de una actividad de mediación no solo lingüística, sino también intercultural entre el arte y el público, tratando de acercar la información al mayor número de visitantes posibles. En los museos, la cultura no solo se transmite a través de los textos, sino que las imágenes y los objetos forman parte del proceso de comunicación, con lo cual, repercute directamente en los textos escritos y en su traducción. (Ginés, 2020).

Según Liao (2018), la traducción museística cumple una serie de funciones:

En primer lugar, informativa (para los visitantes que no entienden la lengua del texto origen); interactiva (trata de incluir al visitante y reducir la distancia entre la institución y los visitantes normalmente extranjeros); política (puede ser una herramienta ideológica en función de lo que quiera comunicar la institución); social-inclusiva (promueve la igualdad entre lenguas); exhibidora (las propias traducciones pueden ser objeto de exposición para reflexionar sobre la presencia de las mismas en los museos).

Sin duda, la traducción museística es “una actividad especializada que tiene como característica principal la comunicación de la cultura y parte de la base de que el receptor

de la lengua meta no tiene un conocimiento del contexto cultural de la lengua origen”. (Ginés, 2020, p. 7).

Además, si tenemos en cuenta que los museos son espacios de cultura y comunicación, la traducción debe tener calidad suficiente como para hacer de la visita una experiencia satisfactoria. Tal y como apuntan los autores Leiva y López (2018, p. 3)

es aquí donde la traducción en los museos se convierte en una parte fundamental para captar nuevo público y para que los visitantes aprovechen al máximo su visita. Se debe dar también mucha importancia, además, a la corrección de las traducciones que se ofrezcan, en tanto que los museos son promotores de la cultura y lugares de aprendizaje.

Para cualquier profesional de las lenguas es evidente reconocer que lengua y cultura van de la mano, y que, para nuestra actividad traductora no basta con dominar contenidos lingüísticos, sino que también se hace necesario el dominio de la cultura extranjera. A través de los textos, los alumnos pueden acercarse de manera real a la cultura específica y profesional, en tanto que se trata de una inmersión en situaciones comunicativas especializadas. La promoción en el sector turístico es vital para

despertar, en los potenciales turistas, el interés por destinos o servicios turísticos determinados. Para promocionar adecuadamente cualquier tipo de turismo, debe hacerse hincapié en sus características singulares, en su calidad e importancia y, sobre todo, en la oportunidad única que representa para el turista. (López, 2019, p. 36).

En este sentido, el léxico, cargado de culturemas, desempeña un papel fundamental. Tal y como indica Rodríguez (2008, pp. 47-69), estos elementos culturales propios de las tradiciones suponen “uno de los mayores problemas que tienen que afrontar los traductores”, para lo cual han de utilizarse todas y cada una de las estrategias de traducción que se consideren más oportunas a fin de conseguir trasvasar su sentido real a otra lengua, y por tanto, también a otra cultura.

En la actualidad, la traducción inversa especializada es una demanda social real y por eso, los alumnos han de desarrollar la competencia cultural, de tal manera que se desdramatice el problema de la traducción de elementos culturales, se entre en contacto con la cultura meta y se desarrolle cierta tolerancia hacia los valores y creencias de la otra cultura. (Gallego, 2014).

A lo largo de este trabajo vamos a desarrollar una propuesta de traducción inversa español-inglés sobre una obra destacada y conocida del pintor cordobés Julio Romero de Torres (1874-1930) que se conserva en el museo homónimo. Este autor de corte modernista representa un verdadero símbolo para la historia cultural y artística no solo de Córdoba, sino de Andalucía en general. Conocido especialmente por sus temáticas flamencas y taurinas, rinde en muchas de sus obras tributo a la copla popular y a la mujer cordobesa.

Toda la obra y el patrimonio que este artista cordobés dejó como legado se conservan hoy en el museo que lleva su nombre, un edificio que literalmente lo vio nacer, ya que Romero de Torres nació, creció y vivió en lo que hoy es su museo. Enclavado en la mítica Plaza del Potro, este museo se ha convertido en parada obligada para muchos

turistas que visitan Córdoba en busca de la esencia y del alma de un pintor que ha marcado la historia cultural de la ciudad y del folclore andaluz en su conjunto.

Este año, coincidiendo con el 150 aniversario del nacimiento de tal renombrado artista, la Junta de Andalucía junto con otras instituciones públicas han ido programando diferentes actividades para conmemorar dicha efeméride, por lo cual, hemos considerado oportuno acercar a nuestro alumnado a la cultura cordobesa y homenajear de algún modo también la obra y el legado de este gran artista cordobés, vinculando el arte con la traducción, dos disciplinas con muchos puntos en común, si bien, la tarea de traducción ya es un arte en sí misma.

Figura 1. Fachada y exteriores del Museo Julio Romero de Torres, Córdoba



Fotografía: Córdoba Visión, 2022

4. Propuesta didáctica de traducción inversa: “Cante Hondo” (1924)

Esta propuesta didáctica se presenta como actividad práctica que pretende desarrollarse en la asignatura de Traducción de Textos Publicitarios, Turísticos y Comerciales, impartida en el grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba. Se trata de una asignatura optativa de seis créditos repartida a lo largo de cuatro horas semanales cuya finalidad pedagógica y metodológica es iniciar al alumno en la práctica profesional de la traducción dentro del ámbito publicitario, turístico y comercial.

Concretamente, la actividad que proponemos para su traducción tiene como objetivo principal fomentar el dominio eficaz de la lengua materna y extranjera mediante la traducción de culturemas, potenciando así la interculturalidad, la autonomía, la creación discursiva y la capacidad crítica a través de un texto real. Dicha actividad está pensada para realizarse en varias sesiones de clase, por lo que se emplearán las horas prácticas a lo largo de dos semanas, con una duración aproximada de tres horas.

A la hora de traducir textos de carácter museístico debemos tener en cuenta los problemas pueden surgir

desde la selección de los textos traducibles y los idiomas meta a los que estos se van a traducir, hasta la elección de los profesionales que realizan las traducciones. Para la toma de decisiones en cuestiones traductológicas se tienen en cuenta criterios de muy distinta índole: económicos, que dependen de si se trata de una institución pública o privada y del presupuesto disponible; de ubicación: el museo puede ser o no destino turístico habitual y estar mejor o peor comunicado, estar o no en un lugar fronterizo; la cantidad de visitantes anuales y el origen de estos es otro condicionante fundamental, así como factores sociales o políticos”. (Alas, 2020, p. 20).

Así, la casuística de la traducción depende muy directamente de la producción de los textos, de su tipología y del público al que van dirigidos.

Las cartelas del museo Julio Romero de Torres suelen tener un espacio para el texto en español y, en algunas ocasiones, debajo o al lado, aparece su traducción al inglés. Es importante tener en cuenta que las traducciones inversas del español al inglés suelen reducir su extensión alrededor de un 20%, con lo que se podría disponer de un espacio mayor en la traducción si se utilizasen descripciones o ampliaciones, aunque en muchas ocasiones, esta necesidad de ampliar y describir dificulta y ralentiza la lectura. Lo ideal, por tanto, es incluir de forma clara y sencilla una breve explicación entre paréntesis.

La cartela elegida para trabajar en clase y realizar su traducción, cuya transcripción mostramos a continuación, proporciona información sobre la obra y sobre los elementos que la componen, lo cual resulta ser bastante significativo para que los alumnos pongan en práctica sus destrezas y habilidades traductológicas, tratando de trasvasar no solo contenidos lingüísticos, sino también culturales, con términos propios de la cultura y tradición cordobesa.

Tabla 1. Transcripción de la cartela de la obra “Cante Hondo”

Romero de Torres inicia esta magistral obra en 1922, con motivo del Concurso Nacional de Cante Hondo de Granada, finalizándola en 1924. En ella confluyen todas las claves de la pintura del maestro y del gran simbolista que fue.

Esta equilibrada composición encierra las notas de la lírica popular andaluza, de una poesía fruto del paso de los siglos y de las distintas civilizaciones que la fraguaron.

En torno a la figura central, mujer y símbolo de la fatalidad, giran todos los sentimientos y pasiones del hombre: el amor, los celos y la muerte. La mantilla da a la figura cierto toque de erotismo, jugando entre la ambigüedad de lo sagrado y lo profano. Sobre sus manos sostiene una guitarra que sirve de eje de simetría, al tiempo que se eleva sobre un pedestal de platería cordobesa mezclado con angelotes barrocos. A sus pies tiene lugar una escena en la que el amante, loco de amor, acuchilla y mata a navajazos a la mujer que quiere. A su derecha, se besan una pareja de enamorados y, tras ella, una joven yace muerta en un ataúd, mientras, a cada lado, sus hijos lloran sobre el féretro y su galgo Pacheco aúlla de dolor. Esta última escena parece preludiar la muerte del pintor. Cada una de las escenas transcurre de un modo independiente, a la manera de un retablo, al tiempo que todas juntas crean una sensación de armonía. Al fondo, bajo un cielo de tempestad, observamos un paisaje imaginario y miniaturista.

La poesía popular que está presente en este “Cante Hondo”, ni gitana, ni flamenca, sino andaluza, es el resultado de las canciones y músicas árabes en las que viven influencias de las distintas civilizaciones mediterráneas.

Fuente: Museo Julio Romero de Torres, Córdoba

Junto con el texto propuesto para su traducción, proporcionamos una serie de términos culturales de significativa relevancia a la hora de traducir, acompañados de su definición en español y de una ilustración para que puedan servir de guía al alumnado durante la fase de documentación y búsqueda terminológica. Estos términos se han seleccionado por su nivel de complejidad en cuanto a su traducción se refiere, ya que, se trata de cultrems específicos aparecidos en la explicación de la obra cuya correspondencia en otra lengua no podrá ser nunca total, sino que, existirán ciertos matices de significado y de contenido.

Asimismo, incluimos una posible traducción de cada uno de los términos y un ejemplo de traducción en cuestión como muestra de la actividad propuesta, que será comentada en clase tras la tarea de traducción que llevarán a cabo los alumnos, es decir, con posterioridad a la realización de tal actividad, se proporcionará el feedback correspondiente a fin de que los estudiantes tengan una valoración sobre el trabajo que han llevado a cabo en el aula de Traducción Turística, donde se tendrán en cuenta no solo los posibles errores, sino también las estrategias utilizadas y las técnicas aplicadas para resolver posibles dificultades y problemas surgidos durante el proceso traductor.

Tabla 2. Términos culturales significativos para su traducción

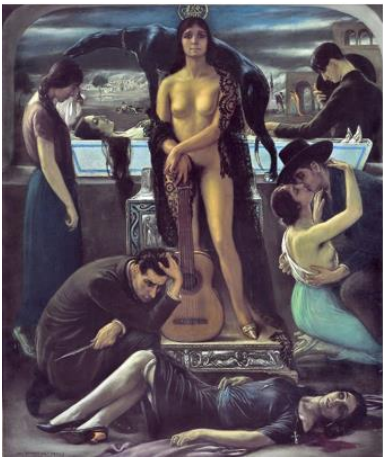
--

Términos culturales significativos para su traducción			
Término cultural o culturema	Definición	Ilustración	Posible traducción al inglés
Mantilla	Prenda de seda, blonda u otro tejido calado y casi transparente que usan las mujeres para cubrirse la cabeza y los hombros en actos solemnes o festivos.		Shawl
Guitarra flamenca	Tipo de guitarra española que se utiliza en el género musical del flamenco, característico de Andalucía. Suele tener un cuerpo más pequeño y estrecho que la guitarra clásica.		Flamenco guitar
Platería cordobesa	Tradición artesanal de joyería de plata ligada a la historia de Córdoba.		Cordoban silversmithing

Angelote barroco	Talla o pintura de un ángel rollizo de la época barroca.		Baroque large angel
Cante Hondo	Estilo más puro y primitivo del flamenco originario de Andalucía.		Traditional flamenco singing

Elaboración propia

Figura 2. Obra titulada “Cante Hondo”, Julio Romero de Torres (1924)



Fotografía: Museo Julio Romero de Torres, Córdoba, 2025

Tabla 3. Posible traducción de la cartela de la obra “Cante Hondo”

Romero de Torres started to work on the painting in 1922, because of the National Contest of traditional flamenco singing in Granada. The work was finished in 1924. It gathers together all the key concepts of the painter's artwork, highlighting his mastery of the Symbolism.

This balanced composition includes examples of the popular Andalusian lyric, a poetry created by the passing of centuries and the different civilizations.

The main figure of this work is the woman as a symbol of fatality. Around her there are all of the feelings and passions of a man: love, jealousy and death. The shawl provides the figure with an erotic appearance, playing with the ambiguity between the sacred and profane dimension. She is holding a flamenco guitar which serves as an axis of symmetry, meanwhile, she rises over a pedestal of Cordoban silversmithing with baroque large angels. At her feet, the crazy lover stabs to death the woman that he loves. At the right side, a couple of lovers are kissing and behind them, a young woman is lying in a coffin while her children cry close to the casket and his greyhound, Pacheco, howls in pain. This last scene seems to foresee the death of the painter. All these scenes take place independently, like sections of an altarpiece, but all together transmit a sensation of harmony. In the background, there is an imaginary and miniaturist landscape under a stormy sky.

The popular poetry of the traditional flamenco singing has no gypsy nor flamenco origins, it is an Andalusian folk music. This music is a combination of Arabic songs influenced by several Mediterranean civilizations.

Elaboración propia

5. Conclusiones

Este artículo ha puesto énfasis en una tarea de traducción, a veces olvidada en las aulas, pero no por eso menos utilizada en el mercado laboral, como es la traducción inversa de textos turísticos. A través de un recorrido por el lenguaje turístico en general y por el turismo museístico en particular, debemos dejar claro al alumnado que de nuestro trabajo como traductores va a depender que el turista extranjero se sienta integrado en nuestra cultura y sepa captar la esencia que Julio Romero de Torres dejó impresa en sus obras.

Traducir adecuadamente influirá directamente en la captación de futuros turistas extranjeros, pues, los textos turísticos constituyen el escaparate sobre el que los turistas fundan sus primeras impresiones del lugar. Por este motivo, la traducción ha de ser atractiva, sugerente y apropiada, con una formulación y redacción clara que permita atraer la atención de quien la va a leer. En España, y especialmente en Córdoba, donde sus economías se sustentan en gran medida sobre el sector turístico, conviene apostar por traducciones de calidad que ofrezcan a los extranjeros una mediación lingüística y cultural profesional. Nuestra meta como traductores debe ser tender ese puente y estrechar la brecha lingüística existente, como bien hemos visto, entre dos culturas y lenguas diferentes.

Llevar a la práctica actividades de traducción inversa en el aula resulta muy enriquecedor, aunque presente una serie de retos didácticos y lingüísticos. Para empezar, es conveniente que los textos sean reales, pero a la vez, relevantes, motivadores y apropiados para el nivel de nuestro alumnado. Los estudiantes deben ser conscientes de las dificultades traductológicas a las que han de enfrentarse, principalmente por las continuas referencias culturales que tienen este tipo de textos. Aun así, la amplia variedad

de tipologías textuales dentro del ámbito turístico-cultural hace posible a los docentes seleccionar aquellos textos que considere más pertinentes según aquello que quiera trabajar en clase. En nuestro caso, hemos visto muy apropiado trabajar con textos de índole museística, ya que, como hemos apuntado en más de una ocasión a lo largo de este trabajo, nos encontramos inmersos en la celebración del 150 aniversario del nacimiento de Julio Romero de Torres, sin duda, un icono para la ciudad de Córdoba.

El proceso de traducción inversa constituye un elemento de significativa importancia que permite a los estudiantes de traducción enfrentarse a encargos reales del mundo profesional actual y hacerlos conscientes de que en nuestra mano tenemos la responsabilidad, especialmente en el ámbito turístico y museístico, de acercar a los turistas extranjeros hacia la obra pictórica del quizás más emblemático e ilustre pintor de la ciudad. Traducir obras de Romero de Torres no solo revela la complejidad de trasladar contenidos de un idioma a otro, sino además, pone de manifiesto un universo simbólico profundamente enraizado en la identidad andaluza y española de este famoso artista. A través del proceso de traducción se evidencia de qué manera los matices culturales, las connotaciones estéticas y los valores sociales que impregnaron su pintura pueden transformarse hasta llegar a otra lengua y a otra cultura totalmente diferentes a la del mencionado pintor. Así, la traducción inversa nos permite reflexionar sobre la fidelidad lingüística y cultural de los textos, abriendo nuevas líneas de trabajo para revalorizar y dar a conocer aún más la obra de Romero de Torres en un diálogo constante entre lenguas, culturas y épocas.

En definitiva, esta propuesta deja clara la importancia de la traducción como foco de atracción turística, en tanto que como traductores nos convertimos en los protagonistas encargados de trasladar un mensaje, llevar el arte a otra lengua y pintar con palabras en otro idioma el alma y la huella que Julio Romero de Torres nos regaló en cada pincelada de sus magníficas obras.

Referencias

Abreus, A. (2020). La enseñanza de la traducción inversa. *Reflexiones didácticas. Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 8(1), 214-223. Recuperado de <https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/2907>

Alas, O. (2020). *El discurso museístico y su traducción: los museos del triángulo del arte en Madrid* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid.

Balboni, P. (1989). *Microlingue e letteratura nella scuola superiore*. Recuperado de https://almastart.unibo.it/primo-explore/fulldisplay?vid=39UBO_VU&docid=39UBO_SEBINA_DSUBO01067410&context=L

Calvi, M. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica. Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos*, 19, 22-26. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2870/287024099002.pdf>

Campodónico, R. (2015). Turismo: de la movilidad al espacio. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 1(2), 8-16. Recuperado de <https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/9999>

Cordeiro, D.; Gil, A. M. y Méndez, M. C. (2019). Introducción a la enseñanza de español con fines específicos. En Ministerio de Educación y Formación Profesional. *Enseñanza del español con fines específicos: El caso de la carrera de Turismo. Teoría y práctica* (pp. 14-33). Recuperado de <https://portalcientifico.uvigo.gal/documentos/63d479615222787c7aab69c5>

Córdoba Visión (2022). Un patio, tres museos. Recuperado de <https://www.cordobavision.com/un-patio-tres-museos/>

Durán, I. (2012). Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 7, 103-113. <https://doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>

Gallego, D. (2014). Didáctica de la traducción inversa especializada. Propuesta de actividades en el ámbito de la economía y los negocios. *LSP Journal*, 5, 79-99. Recuperado de <https://rua.ua.es/entities/publication/83351499-84c7-4e82-8885-eb3a028e9aa0>

Ginés, M. E. (2020). *La traducción museística como proceso de transmisión de la cultura: un estudio del Museo de Historia de Madrid* (Trabajo Fin de Grado). Universidad Pontificia de Comillas.

Leiva, J. y López, M. A. (2018). Textos museísticos de la ciudad de Los Ángeles: un estudio sobre la traducción de mayúsculas y minúsculas (inglés-español). *Tonos digital: Revista de Estudios Filológicos*, 35, 1-18.

Liao, M. (2018). Museums and creative industries: The contribution of Translation Studies. *The Journal of Specialised Translation*, 29, 45-62. <https://doi.org/10.26034/cm.jostrans.2018.211>

López, M. (2019). El léxico del turismo religioso: perspectiva contrastiva español-francés. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 78, 33-48. <https://doi.org/10.5209/clac.64370>

Ministerio de Cultura. Secretaría General Técnica. (2011). Guía del lector. Centro de documentación cultural. Recuperado de <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:2d149867-7fe5-4b86-acf6-83fbc94b4a7f/guialector14.pdf>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo – Turismo. Turismo. (2019). Recuperado de <https://turismo.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx>

Museo Julio Romero de Torres (2025). Recuperado de <https://museojulioromero.cordoba.es/150-aniversario-julio-romero-de-torres-150-aniversario/>

Rodríguez, E. (2024). *Rayos de esperanza en un mundo temeroso. Propuesta de traducción al español de un texto museístico, el catálogo de arte Turner's Modern World, y análisis del proceso y de la traducción museística* (Trabajo Fin de Grado). Universidad Complutense de Madrid.

Rodríguez, R. M. (2008). La traducción de los culturemas en el ámbito de la gastronomía. *Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione*, 10, 47-69. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/16/aih_16_2_026.pdf